

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., & Martini, E. (2018). PENGARUH PROMOTION MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BRIGHT GAS (STUDI PADA MASYARAKAT PENGGUNA BRIGHT GAS DI. *e-Proceeding of Management*, 5(2), 1940-1947.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universita Diponogoro.
- Hasan, R. (2018, Maret 10). *Konsumerisme dan Falsafah Hidup Masyarakat Indonesia*. Diambil kembali dari [geotimes.co.id: https://geotimes.co.id/opini/konsumerisme-pergeseran-falsafah-hidup-masyarakat-indonesia/](https://geotimes.co.id/opini/konsumerisme-pergeseran-falsafah-hidup-masyarakat-indonesia/)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing, 17th Edition*. New York: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England: 15th Ed. Pearson Education, Inc.
- Madhalena, E., & Syahputra. (2016). PENGARUH EVENT MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE ROKOK DJARUM SUPER MILD. *Ecodemica*, IV(2), 179-188.
- Malhotra, N. K. (2015). *Essentials of Marketing Research*. London: Pearson Education, Inc.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2016). *Marketing Research: An Applied Approach Updated Second European Edition*. England: Pearson Education.
- Muslim, M. (2020, Januari 20). *Data Penjualan Motor 2019 Dari AISI Untuk Semua Merek*. Diambil kembali dari [bmspeed7.com: https://bmspeed7.com/data-penjualan-motor-2019/](https://bmspeed7.com/data-penjualan-motor-2019/)

- Mustikasari, A., & Widaningsih, S. (2018). The Influence of Viral Marketing toward Brand Awareness and Purchase Decision. *Advances in Economics, Business and Management Reseach*, 65, 647-650.
- Nellyaningsih, & Hidayat, R. (2018). The Influence of Public Relations and Direct Marketing on Purchase Decisions. *Conference Proceeding IFSAC* , 139-146.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Pratiwi, C., Maudina, C., Kurniawan, A., & Wibisono, A. (2017). PENGARUH EVENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WONDERLAND ADVENTURE WATERPARK. *Buana Ilmu*, 3(2), 14-35.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purnomo, M. A., & Lutfie, H. (2019). PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP BRAND AWARENESS. *e-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 784-792.
- Rasyid, R. I., & Suryawardani, B. (2017). ANALISIS EVENT MARKETING ROADSHOW PARIWISATA PADA POTENSI OBJEK WISATA TAMAN WISATA MEKARSARI DI KABUPATEN BOGOR. *e-Proceeding of Applied Science*.
- Richard, M. (2019, Februari 13). *Industri Event Organizer Diproyeksi Tumbuh 20% Tahun Ini*. Diambil kembali dari ekonomi.bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190213/12/888451/industri-event-organizer-diproyeksi-tumbuh-20-tahun-ini>
- Satria, A. A. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 45-53.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* . Kencana.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*. Bandung: Alvabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi. R dan D, dan Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alvabeta, CV.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!* Yogyakarta: CV ANDI OFFESET.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer Dan Praktis*. RajaGrafindo Persada.